



JUAN CRUZ ALI
Presidente del Gobierno de Navarra

DISTRIBUCION COMERCIAL EN NAVARRA

Acepto gustosamente la invitación que me formula la revista de MERCASA "DISTRIBUCION Y CONSUMO" para presentar estas páginas dedicadas monográficamente al análisis de la distribución comercial en Navarra.

Destacados especialistas en la materia, como el Catedrático D. José Miguel Múgica, y el Director General D. Joaquín Labiano exponen el tema con rigor y detalle sobrados para dar una idea certera del presente y del futuro del comercio en nuestra Comunidad, un ámbito sobre el que el Gobierno de Navarra viene realizando una serie de acciones, cuya filosofía pretendo sintetizar en estas líneas.

Cualquier sector de la actividad productiva precisa afrontar los retos que se derivan de la situación cambiante que promueve la permanente dinamización económica y social que vivimos. Y en el sector de la distribución comercial, más que en ninguno, es preciso adaptarse con rapidez y precisión a los nuevos tiempos.

Por ello, las acciones de apoyo que el Gobierno de Navarra realiza hacia el sector del comercio tienen por finalidad conseguir que las empresas comerciales de nuestra Comunidad sean competitivas y puedan triunfar, y por lo tanto generar riqueza, en el nuevo marco que se nos plantea y que tiene muy poco que ver con la situación de hace algunos años.

La empresa comercial que triunfará en el nuevo mercado que se abre a nuestros ojos es una empresa moderna y profesionalizada, que aplica las últimas técnicas de gestión, de conocimiento del mercado, de control de calidad, de marketing y de atención al cliente, asignaturas éstas que precisa aprobar el comerciante y a las que deberá sumar una gran agilidad para jugar con cada uno de los factores de su empresa. Con todo ello y, por supuesto, con el sentido del negocio, que es innato a estos profesionales y que resulta imprescindible para esta actividad, el comercio podrá continuar siendo un sector importante de nuestra economía.

El Gobierno de Navarra apoya, pues, a las empresas comerciales para afrontar sus retos del futuro, pero, en su papel de Administración que representa al conjunto de los ciudadanos, vela también por los derechos de los consumidores. Y, así, el apoyo al sector comercial no puede traducirse en medidas proteccionistas que impidan la libre competencia y que perjudique, por tanto, al conjunto de los consumidores.

Por ello, la adaptación de nuestra estructura comercial a los nuevos tiempos debemos hacerla con un criterio claro y con el equilibrio necesario entre los intereses de los propios comerciantes y de los consumidores. Esta es la única forma posible de avanzar con la velocidad suficiente para evitar que las iniciativas de otros mercados nos ganen y desbaraten nuestra estructura comercial, que a lo largo de muchos años ha sido un ejemplo, no sólo de laboriosidad y de servicio, sino también de dinamismo y de adaptación inteligente y eficaz a las circunstancias de cada momento.